

Universitas Bina Nusantara

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Skripsi Strata 1 - Semester Ganjil tahun 2005 / 2006

ANALISIS DAN PERENCANAAN KONSEP STRATEGI MANAJEMEN *CONTENT* CYBERWOMAN PADA SITUS PORTAL CBN.NET.ID

Devina Alvania - 0600656993

Abstrak

Dengan semakin pesatnya penggunaan Internet di Indonesia, maka semakin menjamur pula perusahaan – perusahaan penyedia jasa layanan Internet atau disebut juga dengan *Internet Service Provider* (ISP) di Indonesia. Pada penelitian ini, PT Cyberindo Aditama selaku perusahaan ISP terbesar ketiga di Indonesia telah menyediakan situs portal www.cbn.net.id. Situs portal ini ditujukan bukan semata – mata bagi para pelanggannya, namun juga bagi seluruh pengunjung situs portal CBN yang memerlukan informasi dan beragam layanan. Masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah bagaimana strategi manajemen CyberWoman pada situs portal CBN guna menyajikan beragam informasi dan layanan serta konsep perbaikan apa yang akan digunakan guna perkembangan CyberWoman ke arah yang lebih baik lagi. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi manajemen *content* situs portal yang diterapkan oleh CBN terutama untuk CyberWoman telah berjalan dengan baik atau belum, serta memberikan konsep perbaikannya di masa yang akan datang.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan melalui penyebaran kuisioner sebanyak 200 (dua ratus) set terhadap wanita pengunjung CyberWoman. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis SWOT, Analisa Porter serta diagram Cartesius.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya 23% responden yang sering mengakses CyberWoman, 36% responden menyatakan tidak puas akan tampilan CyberWoman, 42,50% responden menyatakan puas akan kecepatan *bandwith* CBN, 47 % responden menyatakan sangat tidak puas akan keinteraktifan CyberWoman, 39% responden menyatakan tidak puas akan informasi dan layanan CyberWoman, 39% menyatakan tidak puas akan promosi CyberWoman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja situs portal CBN belum terlalu maksimal. Artinya harapan pengunjung terhadap CyberWoman lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja situs portal CBN yang ada selama ini.

Maka, kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah CBN memiliki peluang dan kekuatan yang dapat dimanfaatkan, situs portal CBN berada dalam pertumbuhan. Untuk itu, strategi yang harus diterapkan adalah strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif dan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal.

Kata Kunci

Strategi manajemen, *Content*, Situs portal.

KATA PENGANTAR

Pertama – tama, puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis dan Perencanaan Konsep Strategi Manajemen *Content* CyberWoman Pada Situs Portal CBN.NET.ID” dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditetapkan. Pada kesempatan ini penulis juga hendak berterima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

- Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla, M. App. Sc. selaku Rektor Universitas Bina Nusantara
- Bapak Parulian Sihotang, Ph. D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara
- Drs. Antonius Herusetya, Ak., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara
- Ibu Tjia Fie Chu, S. Kom., MM. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen universitas Bina Nusantara
- Bapak DR. Suryadiputra Liawatimena, Pgdi. App. Sci., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu selama proses bimbingan skripsi berlangsung
- Seluruh dosen Universitas Bina Nusantara yang tak mungkin disebutkan satu per satu
- PT Cyberindo Aditama selaku perusahaan tempat penelitian berlangsung
- Bapak Ichsan Budiarto, salah satu dewan direksi PT Cyberindo Aditama yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di perusahaannya
- Bapak Hery Sentosa selaku pembimbing di PT Cyberindo Aditama
- Orang tua yang telah memberikan dukungan moril maupun dukungan materiil
- Henry Wenggang yang rela menyediakan waktu untuk membantu kelancaran proses penelitian dan penyelesaian skripsi
- Kawan – kawan tercinta, khususnya Binusian 2006 jurusan Manajemen, Universitas Bina Nusantara

Penulis telah berusaha memberikan hasil penelitian yang terbaik, namun sebagai manusia tak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih atas kritik dan saran yang membangun dari para pembaca yang budiman. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian

Jakarta, 20 Desember 2005

Penyusun,

Devina Alvania

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
Bab 1 . PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.3.1 Tujuan	3
1.3.2 Manfaat	3
1.4 Sistematika Penulisan	4
Bab 2. LANDASAN TEORI	
2.1 Strategi	6
2.1.1 Strategi Manajemen	6
2.2 Internet	7
2.2.1 Sejarah Perkembangan Internet	8
2.2.2 Perkembangan Internet di Indonesia	11
2.3 E-Business	11
2.3.1 Jenis – Jenis E-Business	12
2.3.2 Manfaat E-Business	17
2.3.3 Strategi Efektif Untuk E-Business	20
2.4 Portal	21
2.5 Content	22
2.6 Content Management System	25
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.8 Metodologi Penelitian	29
2.8.1 Jenis dan Metode Penelitian	29
2.8.2 Teknik Pengumpulan Data	30
2.8.3 Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran	31
2.8.4 Teknik Analisis Data	32
2.8.4.1 Skala Likert	32

2.8.4.2 Analisis SWOT	34
2.8.4.3 Diagram Cartesius	39
2.8.4.4 Analisa Porter	41
2.9 Kelemahan Teknik Analisis Data	43
Bab 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Perkembangan Perusahaan	44
3.2 Kondisi Bisnis Perusahaan	63
3.3 Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan	66
Bab 4. ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Analisis Data Demografis Responden	76
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	76
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pelanggan dan Bukan Pelanggan CBN	80
4.2 Analisis Data Aktifitas Responden	80
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Internet	81
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke CyberWoman	82
4.3 Analisis Kesesuaian Terhadap Kinerja Situs Portal dan Tingkat Harapan Pengunjung	83
4.3.1 Analisis Kesesuaian Kinerja Situs Portal dan Tingkat Harapan Pengunjung Terhadap Tampilan CyberWoman	83
4.3.2 Analisis Kesesuaian Kinerja Situs Portal dan Tingkat Harapan Pengunjung Terhadap Kecepatan Bandwith CBN.NET.ID	85
4.3.3 Analisis Kesesuaian Kinerja Situs Portal dan Tingkat Harapan Pengunjung Terhadap Tingkat Keinteraktifan CyberWoman	87
4.3.4 Analisis Kesesuaian Kinerja Situs Portal dan Tingkat Harapan Pengunjung Terhadap Informasi dan Layanan CyberWoman	88
4.3.5 Analisis Kesesuaian Kinerja Situs Portal dan Tingkat Harapan Pengunjung Terhadap Promosi CyberWoman	91
4.3.6 Analisis Urutan Sub Konten	93
4.3.7 Analisis Kritik dan Saran Perbaikan CyberWoman di Masa Mendatang	95
4.4 Analisis SWOT	96
4.4.1 IFAS	98
4.4.2 EFAS	99
4.4.3 Matriks SWOT	100
4.4.4 Diagram SWOT	102

4.4.5 Matriks Internal Eksternal (IE)	103
4.5 Diagram Cartesius	104
Bab 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	107
5.2 Saran	108
5.3 Keterbatasan Skripsi	109
Daftar Pustaka	110
Riwayat Hidup	112
Lampiran	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Tiga Daya Tarik Utama Internet	9
Tabel 2.2	Manfaat E-Business	17
Tabel 2.3	Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran	31
Tabel 2.4	Bobot Matriks IFAS	37
Tabel 3.1	Data Statistik Pengunjung CyberWoman	47
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Status Pelanggan dan Bukan Pelanggan CBN	80
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Internet	81
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke CyberWoman	82
Tabel 4.7	Bobot Penilaian Menggunakan Skala Likert	83
Tabel 4.8	Kinerja Situs Portal dan Harapan Pengunjung Terhadap Tampilan CyberWoman	83
Tabel 4.9	Kinerja Situs Portal dan Harapan Pengunjung Terhadap Kecepatan Bandwith CBN.NET.ID	85
Tabel 4.10	Kinerja Situs Portal dan Harapan Pengunjung Terhadap Tingkat Keinteraktifan CyberWoman	87
Tabel 4.11	Kinerja Situs Portal dan Harapan Pengunjung Terhadap Informasi dan Layanan CyberWoman	89
Tabel 4.12	Kinerja Situs Portal dan Harapan Pengunjung Terhadap Promosi CyberWoman	91
Tabel 4.13	Tabel Analisis Urutan	93
Tabel 4.14	Tabel Keterangan Output Kuisisioner	93
Tabel 4.15	Analisis Kritik dan Saran	95
Tabel 4.16	IFAS	98
Tabel 4.17	EFAS	99
Tabel 4.18	Matriks SWOT	100
Tabel 4.19	Perhitungan Rata – Rata Kinerja Situs Portal dan Harapan Pengunjung CyberWoman	104

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT	35
Gambar 2.3 Matriks IE	38
Gambar 2.4 Matriks SWOT	39
Gambar 2.5 Diagram Cartesius	41
Gambar 2.6 Analisa Porter	42
Gambar 3.1 CBN Internet Structure	45
Gambar 3.2 Diagram Porter CyberWoman	64
Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT Cyberindo Aditama	66
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	76
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Abonemen CBN	80
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Internet	81
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke CyberWoman	82
Gambar 4.7 Kinerja Situs Portal Terhadap Tampilan CyberWoman	84
Gambar 4.8 Harapan Pengunjung Terhadap Tampilan CyberWoman	84
Gambar 4.9 Kinerja Situs Portal Terhadap Bandwith CBN.NET.ID	85
Gambar 4.10 Harapan Pengunjung Terhadap Bandwith CBN.NET.ID	86
Gambar 4.11 Kinerja Situs Portal n Terhadap Tingkat Keinteraktifan CyberWoman	87
Gambar 4.12 Harapan Pengunjung Terhadap Tingkat Keinteraktifan CyberWoman	88
Gambar 4.13 Kinerja Situs Portal Terhadap Informasi dan Layanan CyberWoman	89
Gambar 4.14 Harapan Pengunjung Terhadap Informasi dan Layanan CyberWoman	90
Gambar 4.15 Kinerja Situs Portal Terhadap Promosi CyberWoman	91
Gambar 4.16 Harapan Pengunjung Terhadap Promosi CyberWoman	92
Gambar 4.17 Diagram SWOT	102
Gambar 4.18 Matriks Internal Eksternal (IE)	103
Gambar 4.19 Diagram Cartesius	104